

Cantik jadi pilihan, sederhana ditinggalkan

PERSAINGAN adalah perkara yang biasa dalam perniagaan dan situasi yang patut dijangka oleh setiap usahawan. Ini boleh memberikan kebaikan mahupun kerugian kepada penjual terutamanya usahawan yang mempunyai produk sendiri.

Persaingan memberikan impak yang sangat tinggi terutamanya kepada pelanggan terhadap barang jualan atau sesuatu jenama. Kebanyakan usahawan baharu yang lingkup adalah disebabkan tidak dapat bersaing dengan jenama yang sedia ada.

Terdapat juga jenama yang sedia ada turut lingkup kerana saingan sengit daripada jenama baharu. Sebagai Pengasas merangkap Ketua Pemasaran Bee Happy Honey Stick, saya kongsi di sini asas-asas persembahan dalam perniagaan.

Persembahan produk adalah antara faktor utama pelanggan dalam memilih sesuatu produk langsung memberi kesan terhadap persaingan dalam perniagaan. Dalam bahasa mudahnya, yang cantik menjadi pilihan, yang sederhana ditinggalkan.

Oleh itu, terdapat beberapa perkara yang perlu dititik beratkan kepada usahawan baharu untuk mendapat tempat dalam perniagaan.

■ Eksklusif dalam pembungkusan

Baru-baru ini saya memberi perkongsian bertajuk 'Teknik Pemasaran Berkesan' kepada industri kecil dan sederhana (IKS) di sebuah kampung di Raub, Pahang. Apa yang saya dapati rata-rata produk IKS di kampung tersebut mempunyai potensi yang sangat tinggi untuk pergi lebih jauh.

Bagaimanapun ruang mereka terhad kerana tidak mampu bersaing dengan produk komersial yang sedia ada walaupun kualiti barangan mereka lebih mantap. Kelemahan mereka hanyalah satu, iaitu kekurangan dari sudut pembungkusan produk.

Atas sebab itu produk IKS sering digelar *underated* (kualiti tinggi tetapi orang kurang memberi respon positif). Sedangkan pepatah 'indah khabar dari rupa' dalam perniagaan membuatkan



Syuaib Yusof

Jangan takut untuk melabur dalam rekaan dan pembungkusan kerana perkara ini memberikan kesan yang sangat positif dalam jualan. Pembungkusan yang cantik menampakkan produk kita eksklusif seterusnya menambat hati pelanggan."

tiada pelanggan datang mengulang, apatah lagi produk yang *underated*.

Penjualan sukar berlaku kerana proses pertama iaitu pemilihan produk telah gagal. Sifat asasi manusia iaitu suka melihat benda yang cantik perlu diambil berat dan sepatutnya bajet untuk rekaan dan pembungkusan perlu dikira dalam modal perniagaan.

Jangan takut untuk melabur dalam rekaan dan pembungkusan kerana perkara ini memberikan kesan yang sangat positif dalam jualan. Pembungkusan yang cantik menampakkan produk kita eksklusif seterusnya menambat hati pelanggan.

■ Kreativiti pembungkusan

Apabila pembungkusan sudah mantap dan setara dengan produk komersial sedia ada, kreativiti memainkan peranan untuk menang dalam persaingan pemilihan produk. Beberapa produk komersial menggunakan animasi "Boboi Boy" dan kartun-kartun lain dalam pembungkusan mereka.

Teknik ini sangat membantu untuk menjadikan produk tersebut dipilih oleh pelanggan saat pertama kali melihatnya kerana sudah biasa dengan kartun tersebut.

Selepas proses pertama ber-

jaya, ditambah pula dengan pengalaman menggunakan produk tersebut yang bagus pasti jualan ulangan berlaku. Jadi untuk memantapkan jualan khususnya pemilihan produk oleh pelanggan, mengaitkan produk kita dengan sesuatu yang sedang *trending* adalah sangat berguna.

Selain meletakkan perkara yang sedang *trending* ke dalam pembungkusan, mencipta ikon yang melambangkan produk kita juga merupakan sesuatu kreativiti yang mampu menarik pelanggan.

'Koko Krunch' misalnya menggunakan koala bagi melambangkan produk mereka, begitu juga Mamee yang menggunakan 'monster biru' dan Bee Happy yang menggunakan kartun lebah. 'Biar indah khabar indah rupa' supaya produk kita tidak *overrated* mahupun *underated*.

■ Warna pembungkusan

Ada juga kes yang dihadapi usahawan IKS yang mana mereka sudah mempunyai pembungkusan yang kemas tetapi masih tidak dapat bersaing dengan produk komersial sedia ada apabila diletakkan di kedai-kedai.

Hal ini adalah disebabkan kelemahan dalam menggunakan warna pembungkusan. Berdasarkan pemerhatian saya dan beberapa buku yang saya baca, lagi sedikit warna yang digunakan adalah lebih baik.

Menggunakan tiga hingga empat warna sudah memadai. Kombinasi warna juga amat penting supaya sejuk mata pelanggan yang memandang. Seeloknya minta pendapat pereka terlebih dahulu sebelum membuat keputusan dalam memilih warna pembungkusan.

Jika anda bukan daripada latar belakang yang mahir mereka bentuk, adalah dinasihatkan untuk membelanjakan duit bagi mengupah pereka untuk mereka bentuk pembungkusan demi kebaikan jangka masa panjang.

Akhir kata, biarlah 'indah khabar indah rupa' maka pelanggan pasti suka.

SYUAIB YUSOF adalah pelajar tahun tiga Bachelor Sains (Kepujian) Biokimia, Fakulti Bioteknologi dan Sains Molekul, Universiti Putra Malaysia